



УДК 330.567.2:338.48

DOI 10.18413/2411-3808-2019-46-2-238-247

ШЕРИНГ-ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: НОВЫЕ ТРЕНДЫ И ТЕНДЕНЦИИ

SHARING-ECONOMY IN TOURISM INDUSTRY AND HOSPITALITY: NEW TRENDS

Климова Т.Б., Богомазова И.В., Аноприева Е.В.**Klimova T.B., Bogomazova I.V., Anoprieva E.V.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

Belgorod National Research University,
85 Pobeda Street, Belgorod, the Belgorod region, 308015, Russia

E-mail: Tklimova@bsu.edu.ru, Bogomazova@bsu.edu.ru, Anoprieva@bsu.edu.ru

Аннотация

Новой тенденцией и результатом цифровизации экономики стало возникновение экономики совместного потребления или шеринг (sharing) экономики, суть которой состоит в переориентации потребительского поведения с приобретения на совместное пользование. Шеринг-экономика активно трансформирует бизнес и экономические отношения, причем в самых разных сферах: городская среда, городской общественный транспорт, междугородние перевозки, туризм, аренда коммерческой недвижимости и оборудования. В статье выделены основные эффекты экономики совместного потребления, отмечена ее роль в достижении показателей экономического роста страны. Рассмотрен сервис Airbnb, изменивший ситуацию на рынке гостиничных услуг, причины его популярности среди представителей нового поколения и деловых туристов.

Abstract

Emergence of economy of joint consumption or Schering (sharing) of economy which essence in reorientation of consumer behavior from acquisition on joint use became a new trend and result of digitalization of economy. The Schering economy actively transforms business and the economic relations, and in the most different spheres: urban environment, city public transport, long-distance transportations, tourism, rent of a commercial real estate and equipment. In article the main effects of economy of joint consumption are marked out, its role in achievement of indicators of economic growth of the country is noted. The Airbnb service which changed a situation in the market of hotel services, the reasons of its popularity among representatives of new generation and business tourists is considered. In conclusion, the article concluded that the mechanism for ensuring good quality of services are reviews and user ratings that affect the rating of the contractor. The contractor, who provides services of inadequate quality, will not only be left without clients, but also risk being excluded from the sharing community.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, шеринг-экономика, шеринг-сервисы, Airbnb.

Keywords: economy of joint consumption, Schering economy, Schering services, Airbnb.

Введение

Цифровизация экономики влечет глобальные изменения в поведение потребителей, формируя совокупность новых тенденций, среди которых особое место занимает экономика совместного потребления или шеринг (sharing) экономика.

Основоположниками теории совместного потребления выступили экономисты Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс [Botsman, Rogers, 2010]. Ее суть заключается в переориентации потре-

бительского поведения с приобретения на совместное пользование, т. е. потребителю чаще выгоднее произвести оплату за временное пользование продуктом, нежели обладать им.

По мнению одного из авторов (Рэйчел Ботсман), шеринг-экономика представляет собой новую социально-экономическую модель, меняющую систему потребления товаров и услуг. Для экономики совместного потребления свойственно использование активов, которые обладают высокой пропускной способностью с целью получения экономического, экологического и/или социального эффекта. Использование принципов совместного потребления позволяет людям оптимизировать потребительские расходы и существенно повысить качество жизни. Доступность товаров и услуг увеличивается и в отношении стоимости, и в отношении скорости их предоставления [Pine II, B. J., Gilmore J., 1999; Карпова Г.А., Уваров С.А., Кучумов А.В., Тестина Я.С., 2018]. Все соответствующие транзакции проводят через сеть Интернет. Спрос и предложение генерируют сами пользователи. Без участников сообщества, предлагающих и заказывающих услуги, шеринг-сервисы работать не могут. Стать участником экономики совместного пользования можно через мобильные приложения, создающие сообщества людей, которые заинтересованы в использовании принадлежащих им ресурсов.

Объекты и методы исследования

Объектом исследования в данной статье являются шеринг-экономика и шеринг-сервисы, в частности, сервис для бронирования жилья Airbnb. Основным источником для написания данной статьи послужили статистические данные и итоги исследований Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), данные исследований Global Business Travel Association (GBTA), аналитические показатели PricewaterhouseCoopers (PwC). В статье использованы концептуальные положения системного подхода, а также методы дедукции, логического анализа и синтеза, методы сравнительного анализа, графической интерпретации данных.

Результаты и их обсуждение

За последние несколько лет количество людей, оказавшихся вовлеченными в шеринговую экономику, стремительно растет. Число пользователей sharing-сервисов увеличивается ежегодно на 25%. При этом для людей стало возможным предоставление в форме краткосрочной аренды объектов движимого и недвижимого имущества – квартира, комната, машина и даже вещи. На созданных онлайн-платформах, которые дают возможность совместного использования принадлежащих людям и компаниям ресурсов, аккумулируется более 15 млрд долларов. По прогнозам к 2025 году мировой объем экономики sharing увеличится почти в 20 раз и достигнет \$335 млрд, о чем свидетельствуют данные из отчета PwC.

Среди основных эффектов шеринг-экономики можно выделить следующие:

a) sharing-платформы позволяют осуществлять заказ услуг существенно дешевле в сравнении с бизнесом, работающим в рамках традиционных моделей и схем;

b) sharing-сервисы предоставляют возможность получения дополнительного дохода в случае самостоятельного оказания услуг, исключая тем самым посредников в качестве промежуточного звена между потребителем и поставщиком услуги;

c) увеличение скорости оказания услуги и широкий спектр их предоставления. Например, онлайн-сервисы по заказу автомобилей сокращают до нескольких минут время ожидания, или у туриста с помощью шеринг-сервиса есть возможность выбора любого жилья, исходя из располагаемого бюджета;

d) sharing-сервисы позволяют эффективно использовать ресурсы и снижать воздействие на окружающую среду. В частности, правительство Москвы активно использует это качество шеринг-сервисов, чтобы снизить нагрузку на транспортную инфраструктуру. Во многих городах развивается велосипедный и автомобильный шеринг. Данные международных исследований PwC отражают мнения более 80% пользователей об одновременном позитивном влиянии, экономии и заботе об окружающей среде шеринг-сервисов;



е) усиление роли онлайн-репутации и саморегулирования сообщества для обеспечения качества услуг.

Это далеко не полный перечень эффектов шеринг-экономики.

Развитие шеринг-экономики в РФ вносит вклад в решение как минимум половины задач, зафиксированных в «майском указе» Президента России. При этом экономика совместного потребления не просто улучшает показатели, а трансформирует экономические отношения, причем в самых разных сферах: городская среда, городской общественный транспорт, междугородные перевозки, туризм, аренда коммерческой недвижимости и оборудования. Развитие подобных направлений, несущих системные изменения и влияющих на развитие страны в целом, является критически важным для экономического роста страны, поскольку именно они обеспечивают эффект Паретто: 20% усилий, которые дают 80% результата. В Китае, одном из мировых лидеров распространение шеринг-модели, будет обеспечивать рост ВВП на уровне 1,5–2% в год и породит 5–10 новых интернет-гигантов [Экономика совместного ..., 2018].

Если говорить о российском рынке шеринг-сервисов, то его объем достиг 230 млрд рублей при росте на 20% за 2017 год. Для сравнения бюджет госпрограммы «Цифровая экономика РФ», рассчитанной до 2024 года, оставляет порядка 520 млрд рублей [Экономика..., 2018]. В качестве источников финансирования около 300 млрд будет привлечено из бизнеса. Примерно во столько же (295 млрд рублей) аналитики Data Insight оценили объем российского рынка C2C-коммерции (торговли между частными лицами) в 2017 году. В условиях существующего ежегодного роста шеринг-сервисам в России необходимо менее полутора лет для достижения заданных параметров в 300 млрд рублей.

В 2018 г. объем транзакций на основных шеринг-платформах в России составил около 511 млрд рублей, что выше 2017 года примерно на 30%. Основной вклад в объем и рост экономики совместного потребления вносят C2C продажи (72% от объема транзакций в 2018 г.), услуги частных лиц – фрилансеров (19%), транспорт (каршеринг и карпулинг – каждый приблизительно по 2,5%) и краткосрочная P2P аренда жилых помещений (2%) (рис. 1) [Экономика совместного ..., 2018].

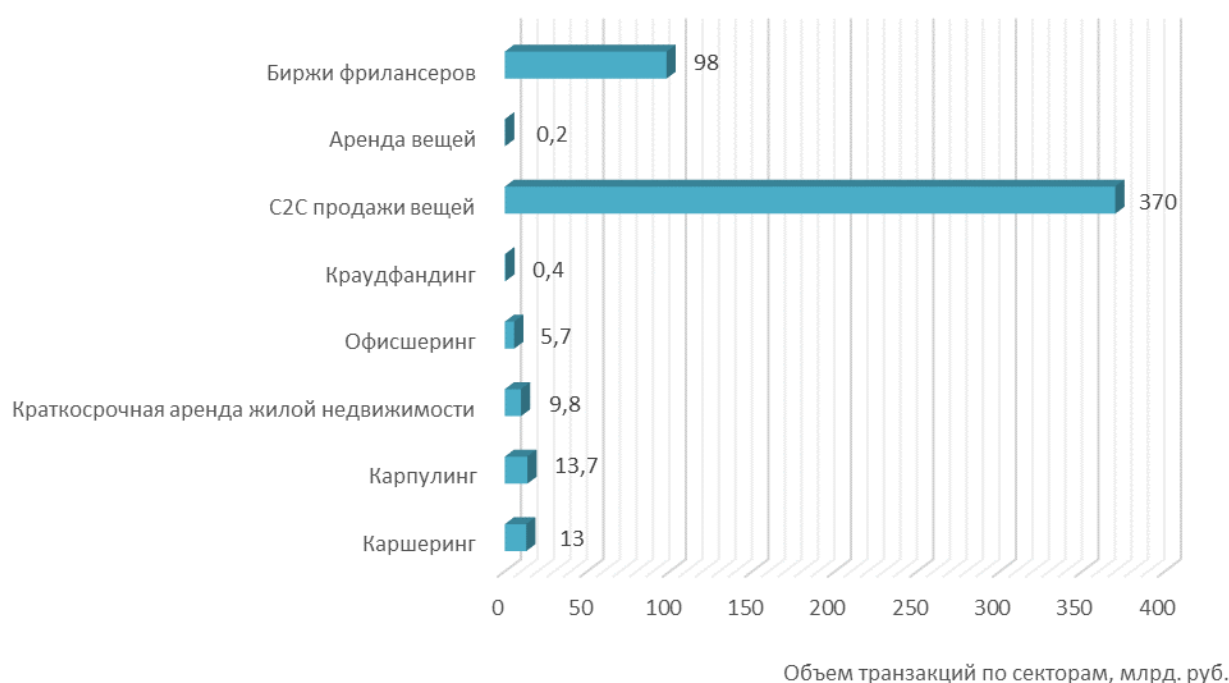


Рис. 1. Объем транзакций по секторам, млрд руб., 2018 г.
Fig. 1. The volume of transactions by sector, billion rubles., 2018

В мейнстриме новых тенденций находится и индустрия туризма и гостеприимства, которая не просто принимает принципы шеринг-экономики, а способствует их широкому распространению и развитию. В частности, сервис для бронирования жилья Airbnb серъ-

езно изменил ситуацию на рынке гостиничных услуг, предложив продукт «подрывной» работы для всего гостиничного бизнеса. Его рост и развитие за несколько лет означает, что они знают, чего хотят путешественники. Стоимость компании превышает стоимость Hilton и Hyatt, а объем предложения средств размещения больше, чем у Marriott, с учетом слияния со Starwood. В 2017-м году Airbnb вошел в список 50 самых инновационных компаний мира, опережая Marriott, Expedia и IHG, заняв 11 место в рейтинге.

Компания Airbnb работает с 2008 года. Клиентам предлагается арендовать жилье в 65 тысячах городов, расположенных в 191 стране. Компании удалось привлечь порядка 3,4 млрд долл. инвестиций, в том числе от фонда DST Global. В настоящее время данным сервисом пользуются более 25 миллионов человек по всему миру и более 1 миллиона апартаментов сдается в аренду. Пользователям доступен огромный выбор при любом бюджетном ограничении и при любых ожиданиях.

В 2016 году количество клиентов Airbnb увеличилось в десять тысяч раз, при этом ежедневно пользовались сервисом примерно 500 тысяч путешественников, или 115 млн человек в год. Каждую ночь 2 миллиона гостей Airbnb останавливаются в одном из 65 000 городов мира, выбрав одно из 4 миллионов объявлений в 191 стране – в сумме это больше, чем объем бронирования в первой пятерке всемирных гостиничных сетей [Sharing economy..., 2018].

Исследования показали, что основными причинами использования путешественниками сервиса Airbnb прежде всего являются: невысокая стоимость (53%), возможность выбора местоположения (35%), аутентичный опыт (33%) и простота использования сайта или его мобильного приложения (28%) [Sharing economy..., 2018].

Не так давно руководство Airbnb раскрыло размеры бизнеса в России – за год сервисом воспользовались 400 тысяч туристов, это на 85% больше показателя годом ранее. 43% из них посетили Санкт-Петербург, 23% – Москву. Кроме того, в Санкт-Петербурге жилье предлагали 4 тысячи хозяев, в Москве – 2,7 тысячи. Средний годовой заработок петербургских владельцев жилья оказался выше, чем у москвичей – \$2 тысячи против \$1,5 тысяч (120 тыс. рублей против 95 тыс. рублей). В основном пользователей Airbnb в России интересуют отдельные квартиры (77% от всех бронирований). Доля отдельных комнат составляет 19%, общих – 4% от объема пользователей. Средний срок бронирования составляет 4,5 ночи. При этом 63% пользователей, которые снимали жилье в России, перемещались внутри страны. На европейских клиентов приходится 21%, 7% – пользователи из США.

Переломным для рынка аренды жилой недвижимости стал 2018 год и чемпионат мира по футболу, когда тысячи туристов не только со всех уголков России, но и из разных частей света съезжались в российские города.

Так, если в 2014 году в Москве было всего 1589 предложений и сдаваемое жилье, пользующееся спросом, концентрировалось в центральной части города, что является вполне обоснованным, то уже в 2017 году, с учетом набираемой сервисом популярности, аренда недвижимости предоставлялась в каждом районе мегаполиса.

В целом в течение последних 4 лет наблюдается устойчивый рост количества предложений от арендодателей Airbnb с 1589 до 7200 (рис. 2). Доступность аренды жилья, безусловно, будет способствовать увеличению туристского потока. Сейчас максимальное количество сдаваемых в аренду квартир и комнат расположено в районе Арбата, Тверской, Пресненской улицы.

В преддверии чемпионата мира по футболу в 2018 году предложения пользователей Airbnb составили серьезную конкуренцию гостиницам. Туристы и болельщики были заинтересованы снять жилье вблизи объектов спортивной инфраструктуры, а не вблизи исторического центра и достопримечательностей. По причине концентрации предложений гостиниц именно в историческом центре, вполне вероятно, что многие туристы отдали предпочтение сервису Airbnb.

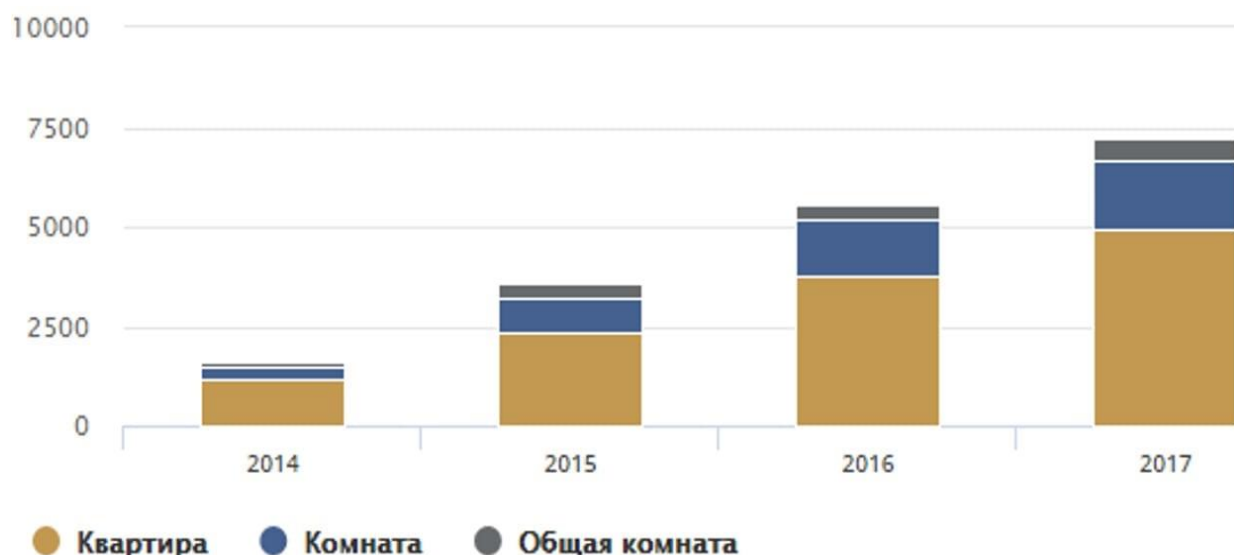


Рис. 2. Количество одновременно доступных предложений на Airbnb, 2014–2017 гг.

Fig. 2. The number of simultaneously available offers on Airbnb, 2014–2017

Как уже отмечалось, сервис Airbnb пользуется популярностью не только из-за количества представленных предложений, но и их ценовой доступности. При сравнении среднестатистической стоимости номера в московской гостинице и жилья на онлайн-сервисе Airbnb, стоимость в гостинице будет в среднем на 40% выше. В Европе размещение в Airbnb стоит на 8–17% дешевле в отношении средней стоимости номера в отеле, в США – экономия составляет 6–17%.

Традиционный гостиничный бизнес и сервис Airbnb находятся в постоянном противостоянии [Города против Airbnb..., 2018]. По мнению многих экспертов рынка, экономика совместного потребления оказала как положительное влияние на туризм и гостиничный бизнес, так и отрицательное. Ее сторонники считают, что шеринг-сервисы обеспечивают легкий доступ к широкому спектру услуг, которые зачастую являются более качественными и более доступными, чем услуги, предоставляемые традиционными деловыми партнерами.

Критики, с другой стороны, утверждают, что совместная экономика обеспечивает недобросовестную конкуренцию, снижает безопасность рабочих мест, избегает налогов и представляет угрозу для стандартов безопасности, здоровья и соблюдения требований по инвалидности. Реакция на экономику совместного использования в Европейском Союзе остается фрагментированной. Некоторые виды деятельности или аспекты регулируются на национальном, региональном или местном уровне. В июне 2016 года Европейская комиссия опубликовала сообщение о европейской повестке дня для совместной экономики, предложить некоторые разъяснения по соответствующим правилам ЕС и предоставить государственным органам политическое руководство. Европейский парламент и консультативные комитеты также затрагивали этот вопрос в различных резолюциях и мнениях.

Пока идут активные дискуссии относительно правовых аспектов работы шеринг-сервисов, исследования показывают, что количество путешественников, использующих сервис Airbnb растет. И тренд здесь задает новый сегмент путешественников-миллениалов, которым не нравится «одинаковость» сетевых отелей, принадлежащих к одному бренду гостиничной цепи. Путешествуя или в деловых поездках, миллениалы хотят получить новые впечатления, им не нравятся номера в гостинице, если они имеют один и тот же дизайн, находясь в разных городах и странах [Rosenbloom, 2018].

Отличительная черта поколения миллениалов – мобильность, погоня за эмоциями, получение впечатлений, возможность выразить свою индивидуальность, неважность «владения вещами». Для них все это гораздо важнее статусного потребления. Поколение

миллениалов уже оказало серьезное влияние на многие сферы экономики, их модель потребления существенно отличается от предшествующих поколений. Выступая в качестве покупателей продуктов или услуг, они ориентированы на приобретение эмоций от покупки, отвечая на вопрос «какая эмоция будет получена мной от покупки?», а не «для каких целей мне нужно купить именно этот товар?».

Поколение миллениалов как главная платежеспособная часть населения планеты задает вектор развития туризма. Во-первых, миллениалы имеют установку на дематериализацию ценностей, они готовы отказаться от собственного жилья и автомобиля в пользу путешествий – и чем больше, тем лучше. Значение комфорта в путешествии для нового поколения ниже, поэтому популярными становятся более дешевые варианты размещения. Во-вторых, для миллениалов ценным ресурсом является время, они боятся упустить возможность увидеть, испытать что-то новое. Поэтому MICE-туризм будет трансформироваться в новое направление туризма BLEISURE-туризм, сочетающий в себе деловую поездку и отдых.

Нельзя не отметить, что уже наблюдается рост интереса к Airbnb для делового туризма. Согласно отчету Rocketrip 2016 года Business Travel Spending Report, число клиентов Rocketrip, сотрудники которых бронировали размещение на Airbnb, в 2016 году увеличилось на 54% по сравнению с предыдущим годом. Средние расходы на Airbnb для компании увеличились на 39%. Всего бизнес-путешественники благодаря Airbnb сэкономили в среднем \$108 за размещение за ночь в 2016 году, то есть компании в зависимости от рынка заплатили примерно на 41% меньше [Дедок В.М., 2017;].

Тревел-менеджеры всегда были заинтересованы в том, чтобы как можно эффективнее сочетать удовлетворенность командированных сотрудников и разумные расходы, но рост ожиданий со стороны представителей поколения миллениалов подталкивает их к тому, чтобы адаптироваться к новой реальности.

Ориентация компаний при организации командировок все в большей степени направлена на повышение общей удовлетворенности деловых туристов поездками. Основной акцент делается на максимальную продуктивность во время командировки.

Итоги исследования Cowen and Company показали, что произойдет повышение количества новых клиентов. Из 26% респондентов, которые знали, что такое Airbnb, но при этом еще не пользовались услугами этого сервиса, 82% сообщили, что готовы в будущем попробовать Airbnb. Кроме того, более 80% опрошенных сообщили, что скорее всего порекомендуют Airbnb коллеге по работе [Почему корпораты..., 2017].

Менеджеры по командировкам в мелких и средних компаниях определяют выгоду использования Airbnb исключительно по сокращению расходов. Это дает бизнес-кейс по интеграции размещения в домашних условиях в их программы командировок. Однако, помимо этого, Airbnb предлагает ряд других существенных преимуществ в нескольких сегментах бизнес-путешествий, особенно в случае длительных командировок, корпоративных переездов, корпоративного отдыха и конференц-поездов. В этих сегментах доказано положительное влияние Airbnb на удовлетворенность путешественников, именно в них компании ищут новые решения.

Менеджеры некоторых компаний кроме наличия множества вариантов размещения по всему городу вне центральных деловых районов отмечают то, что апартаменты обычно дешевле и имеют кухню, что важно для длительного проживания. При этом новое поколение бизнес-путешественников определенно заинтересовано в размещении в домашних условиях, основываясь на их ценности как в плане стоимости, так и в плане удовлетворенности клиента.

Основной девиз Airbnb «Belong Anywhere» («Будь как дома») относится и к длительным командировкам в той же мере, что и к развлекательному туризму, поскольку бизнес-путешественники тоже хотят чувствовать себя как дома.

Ощущать себя частью местного сообщества важно и для корпоративных переездов, особенно с семьями. Такое чувство принадлежности оказывает огромное влияние на удо-



влетворенность путешественника: семья может вместе изучать местные парки, рынки, магазины, рестораны и культурные мероприятия.

Таким образом, ценность Airbnb еще и в том, что это возможность деловым туристам чувствовать себя как дома, отдыхать в тихом районе и расслабляться, как в родном городе после совещаний.

Для более коротких командировок – на конференции и выездные объекты – корпоративные менеджеры по командировкам также все чаще выбирают Airbnb. Использование просторных вариантов размещения Airbnb для бизнес-мероприятий часто помогает стимулировать дух творчества и сотрудничества.

Для менеджеров по командировкам, заказывающим жилье для сотрудников, выезжающих на встречи и конференции, Airbnb часто становится «предохранительным клапаном» во время высокого спроса на жилье, когда традиционные варианты размещения часто значительно возрастают в цене. Кроме того, на крупных рынках, где часто встречаются кондоминиумы недалеко от делового центра, где и проводятся мероприятия, Airbnb хороший вариант для клиентов, если наплыв туристов так велик, что большинство мест в отелях распродано [Почему корпораты..., 2017].

Многочисленные опросы туристов показывают, что проживание в частном жилье позволяет лучше погрузиться в атмосферу страны проживания. И это характерно не только для больших компаний путешественников, которым экономически выгоднее арендовать целый дом или большую квартиру, чем бронировать несколько номеров в гостинице.

Исследования показали, Airbnb продолжает активно искать новые рыночные ниши, предоставлять новые услуги. В конце 2016 года сервис предоставил посетителям сайта дополнительный набор услуг, который востребован путешественниками. Крупнейший ресурс краткосрочной аренды жилья Airbnb запустил новую услугу, которая позволяет гостям разделить стоимость бронирования на две части. Ранее на Airbnb действовала система полной предоплаты аренды жилья. Новая функция представляет собой более гибкий вариант оплаты, позволяя гостям гарантировать бронирование на более комфортных условиях. Согласно результатам тестирования, проведенного Airbnb, почти 40% гостей, которым предложили опцию «оплаты в рассрочку», воспользовались ей.

Помимо очевидной финансовой выгоды для гостей новая функция также удобна и для хозяев. Так, гости с большей вероятностью забронируют жилье заранее (и хозяин не потеряет бронирование), если у них будет возможность разделить платеж на две части. Чтобы воспользоваться новой опцией, гостям необходимо забронировать жилье на сумму не менее \$250 не позднее, чем за 14 дней до даты заселения. Поскольку каждый хозяин устанавливает собственные правила отмены бронирования, дата второго платежа отличается в каждом конкретном случае и будет указана в электронном письме с подтверждением бронирования. Для оплаты гость должен использовать кредитную карту или PayPal – таким образом, второй платеж взимается без дополнительных действий со стороны пользователя.

В стратегию активного поиска новых рыночных ниш укладывается и развитие «транспортного направления» на сайте Airbnb. По замыслу руководства компании посетители ресурса смогут заказать такси, водный транспорт, арендовать автомобиль и получить другие транспортные услуги, которые могут потребоваться во время путешествия. Особо подчеркивается, что Airbnb не планирует заниматься бронированием авиабилетов [«Airbnb» купила..., 2019].

Наличие дополнительных перспективных рынков может положительно сказаться на стоимости акций в ходе их публичного размещения. Еще одной причиной поиска новых направлений деятельности является угроза сокращения основного бизнеса по краткосрочной аренде недвижимости. Администрации многих популярных у путешественников городов хотят ввести ограничительные меры в отношении Airbnb. Примером может послужить иск к сервису аренды жилья со стороны мэрии Парижа. За нарушения француз-

ского законодательства администрация города хочет взыскать с Airbnb штраф в размере 12.5 миллионов евро.

Несмотря на существенные отраслевые различия, у всех шеринговых сервисов есть общий круг актуальных вопросов регулирования. Большинство из них сводятся к четырем темам: качество услуг, их лицензирование, налоги и сборы, пользовательские данные.

Заключение

Таким образом, отличительной чертой шеринг-сервисов является саморегулирование качества услуг. Механизмом обеспечения хорошего качества услуг являются отзывы и оценки пользователей, влияющие на рейтинг исполнителя. Исполнитель, который оказывает услуги ненадлежащего качества, не только останется без клиентов, но и рискует быть исключенным из шеринг-сообщества. Сообщество Airbnb, как и вся экономика совместного потребления, строится на отношениях между людьми и на доверии, причем доверии к незнакомцам. Подтвержденный профиль – один из необходимых элементов, который позволяет гостям и хозяевам решить, кого они хотят принимать и у кого останавливаться. Базой доверия к незнакомцам является онлайн-репутация, и ее роль в экономике совместного пользования весьма значительна.

Сегодня sharing-экономика выступает катализатором трансформации бизнеса в глобальную онлайн-площадку, где создаются сообщества людей, заинтересованных в использовании принадлежащих им ресурсов. Рост числа пользователей sharing-сервисов ежегодно увеличивается, а это значит, что опыт совместного потребления, в рамках которого происходит приспособление окружающего мира, чтобы делиться, показывает полную готовность к новому рынку. И несмотря на ряд нерешенных актуальных тем относительно регулирования в шеринг-экономике, мировая общественность приходит к осознанию всесторонних выгод перехода от старого уклада «сверхпотребления», присущего двадцатому веку, к совместному потреблению, подкрепленному развитием технологий.

Благодарности

Статья выполнена в рамках гранта дополнительного внутривузовского конкурса НИУ «БелГУ» на соискание грантов для поддержки общественных и гуманитарных направлений исследований. Тема «Разработка модели сетевого взаимодействия в туристско-рекреационной сфере».

Список литературы References

1. «Airbnb» купила сервис по бронированию отелей «HotelTonight». URL: <https://hotelier.pro/news/item/3817-airbnb-kupila-servis-po-bronirovaniyu-otelej-hoteltonight> (дата обращения: 18 апреля 2019).
2. «Airbnb» купила сервис по бронированию отелей «HotelTonight». Available at: <https://hotelier.pro/news/item/3817-airbnb-kupila-servis-po-bronirovaniyu-otelej-hoteltonight> (accessed 18 April 2019).
2. Airbnb впервые раскрыл статистику по России. URL: <https://rb.ru/news/airbnb-rus/> 8 июля 2017 (дата обращения: 18 апреля 2019).
- Airbnb vpervyye raskryl statistiku po Rossii. Available at: <https://rb.ru/news/airbnb-rus/> 8 июля 2017 (accessed 18 April 2019).
3. Авдокушин Е.Ф., Белова Л.Г. 2018. Экономика совместного потребления – формирующимся сегмент новой экономики. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука». Вопросы новой экономики. 2 (46): 4–14.
- Avdokushin Ye.F., Belova L.G. 2018. Ekonomika sovmestnogo potrebleniya – formiruyushchimsya segment novoy ekonomiki. [Nizhny Novgorod: NGO "Professional Science"]. Voprosy novoy ekonomiki, 2 (46): 4–14.



4. Гимранов Г.А. 2018. Влияние экономики совместного потребления на гостиничную сферу услуг. Ufa: BAGSU GBOU IN. Экономика и управление: научно-практический журнал, № 2 (140): 39–43.

Gimranov G.A. 2018. Vliyaniye ekonomiki sovmestnogo potrebleniya na gostinichnyuyu sferu uslug. [Ufa: Bashkir Academy of Civil Service and Management under the Head of the Republic of Bashkortostan]. Ekonomika i upravleniye: nauchno-prakticheskiy zhurnal, № 2 (140): 39–43.

5. Города против Airbnb: как власти пытаются упорядочить рынок посуточной аренды. URL: <https://hotelier.pro/news/item/3664-goroda-protiv-airbnb-kak-vlasti-pytayutsya-uporyadochit-rynok-posutochnoy-arendy> (дата обращения: 18 апреля 2019).

Goroda protiv Airbnb: kak vlasti pytayutsya uporyadochit' rynek posutochnoy arendy. Available at: <https://hotelier.pro/news/item/3664-goroda-protiv-airbnb-kak-vlasti-pytayutsya-uporyadochit-rynok-posutochnoy-arendy> (accessed 18 April 2019).

6. Дедок В.М. 2017. Платформа Airbnb, inc.: современное состояние и перспективы развития Европейский журнал экономики и Науки управления, № 5 (11): 20–24.

Dedok V.M. 2017. Platforma Airbnb, inc.: sovremennoye sostoyaniye i perspektivy razvitiya. [Warsaw: RS Global Sp. z O.O. International Journal of Innovative Technologies in Economy]. International Journal of Innovative Technologies in Economy, № 5 (11): 20–24.

7. Дедок В.М. 2017. Экономика совместного потребления в международном секторе средств размещения: современное состояние. European journal of economics and management sciences, № 4: 122–130.

Dedok V.M. 2017. Ekonomika sovmestnogo potrebleniya v mezhdunarodnom sektore sredstv razmeshcheniya: sovremennoye sostoyaniye. [Berling by Ziegler Buchdruckerei, Linz, Austria. uropean Journal of Economics and Management Sciences]. European journal of economics and management sciences, № 4: 122–130.

8. Карпова Г.А., Уваров С.А., Кучумов А.В., Тестина Я.С. 2018. Применение механизмов шеринговой экономики в индустрии туризма. Журнал правовых и экономических исследований, г. Гатчина: ГИЭФПТ, 3: 157–162.

Karпова G.A., Uvarov S.A., Kuchumov A.V., Testina YA.S. 2018. Primeneniye mekhanizmov sheringovoy ekonomiki v industrii turizma. [Journal of Legal and Economic Studies]. Gatchina: State institute of economy, finance, right and technologies, 3: 157–162.

9. Ленчук Е.Б., Власкин Г.А. 2018. Формирование цифровой экономики в России: проблемы, риски, перспективы. Вестник Института экономики Российской академии наук, Москва: Институт академии РАН. № 5: 9–21.

Lenchuk Ye.B., Vlaskin G.A. 2018. Formirovaniye tsifrovoy ekonomiki v Rossii: problemy, riski, perspektivy. [Moscow: Federal state budgetary institution of science

Institute of economy of the Russian Academy of Sciences]. Vestnik Instituta ekonomiki Rossiyskoy akademii nauk, № 5: 9–21.

10. Молчанова В.А. 2018. Долевая экономика на региональных рынках туризма: в чем секрет успеха компаний Airbnb и Uber? Региональная экономика: теория и практика, Москва: ООО Издательский дом Финансы и кредит. Т. 16. № 2 (449): 379–394.

Molchanova V.A. 2018. Dolevaya ekonomika na regional'nykh rynkakh turizma: v chem sekret uspekha kompaniy Airbnb i Uber? [Moscow: LLC Publishing House FINANCE and CREDIT]. Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika, T. 16. № 2 (449): 379–394.

11. Подгайская А.Э. 2017. Влияние сервиса Airbnb на гостиничный сектор в Санкт-Петербурге. Вестник НГУЭУ, СО РАН. Новосибирск. № 3: 329–343.

Podgayskaya A.E. 2017. Vliyaniye servisa Airbnb na gostinichnyy sektor v Sankt-Peterburge. Novosibirsk: Vestnik NGUEU, № 3: 329–343.

12. Почему корпораты выбирают Airbnb. Исследование GBTA. URL: <https://hotelier.pro/tourizm/item/3122-airbnb> 2017. (дата обращения: 18 апреля 2019).

Pochemu korporaty vybirayut Airbnb. Issledovaniye GBTA. Available at: <https://hotelier.pro/tourizm/item/3122-airbnb> 2017. (accessed 18 April 2019).

13. Семенова Л.В., Климова Т.Б. 2018. Мировая гостиничная индустрия: современные тренды. Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса, Т. 4. № 4: 13–24.

Semenova L.V., Klimova T.B. 2018. Mirovaya gostinichnaya industriya: sovremennyye trendy. Research rezultat. Business and service technologies, T. 4. № 4: 13–24.

14. Шерешева М.Ю. 2018. Онлайн платформа Airbnb-бизнес модель экономики совместного потребления. В кн.: Стратегические изменения в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции: 637–645.

Sheresheva M.Yu. 2018. Onlayn platforma Airbnb-biznesmodel' ekonomiki sovmestnogo potrebleniya. V kn.: Strategicheskiye izmeneniya v sfere turizma i gostepriimstva: poisk novogo vektora razvitiya. Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: 637–645.

15. Экономика совместного потребления в России. Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса, URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> / (дата обращения: 18 апреля 2019).

Ekonomika sovmestnogo potrebleniya v Rossii. Research rezultat. Business and service technologies t: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> (accessed 18 April 2019).

16. Sharing еconomy «потеснит» гостиницы столицы. Экономика совместного потребления против классической схемы бизнеса. URL: <https://hotelier.pro/hostels/item/3376-sharingeconomy> 04 Май 2018 (дата обращения: 18 апреля 2019).

Sharing economy «potesnit» gostinitsy stolitsy. Ekonomika sovmestnogo potrebleniya protiv klassicheskoy skhemy biznesa. Available at: <https://hotelier.pro/hostels/item/3376-sharingeconomy> 04 Май 2018 (accessed 18 April 2019).

17. Botsman R., Rogers R. 2010. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: HarperBusiness.

18. Edelman B.G., Geradin D. 2016. Efficiencies and regulatory shortcuts: how should we regulate companies like Airbnb and Uber? Stanford technology law review, VOL. 19, № 2: 293–328.

19. Johnson A.-G., Neuhofer B. 2017. Airbnb – an exploration of value co-creation experiences in Jamaica. International Journal of Contemporary Hospitality Management, T. 29. № 9: 2361–2376.

20. Marzen C., Prum D.A., Aalberts R. 2017. The new sharing economy: the role of property, tort, and contract law for managing the Airbnb model. N.Y. Univ. Journal of law and business, VOL. 13, № 2: 295–336.

21. Mikaelian E., Mainichev D.A. 2015. Airbnb as online service. Решение, Т. 2: 48–50.

22. Nguyen L.S., Ruiz-Correa S., Mast M.S., Gatica-Perez D. 2018. Check out this place: inferring ambiance from Airbnb photos. IEEE Transactions on Multimedia, T. 20. № 6: 1499–1511.

23. Palos-Sanchez P.R., Correia M.B. 2018. The collaborative economy based analysis of demand: study of Airbnb case in Spain and Portugal. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, T. 13. № 3: 85–98.

24. Pine II, B. J., Gilmore J. 1999. The experience economy: Work is theatre & every business a stage. 1st Ed. Boston: Harvard Business School Press.

25. Rosenbloom S. Hotels for the Next Generation//The New York Times. 2015. Available at: https://www.nytimes.com/2015/03/22/travel/hotels-for-the-next-generation.html?_r=0 (accessed 20 October 2018).

26. Tham A. 2016. When Harry met Sally: different approaches towards Uber and Airbnb-an Australian and Singapore perspective. Information Technology and Tourism, T. 16. № 4: 393–412.